Office national du film

2010-2011

Rapport sur les plans et les priorités

L'honorable James Moore, C.P., député
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

Table des matières

Message du ministre 3

Message du commissaire 4

Section I – Survol 6

Raison d'être et responsabilités 7

Résultat stratégique et Architecture des activités de programme (AAP) 9

Sommaire de la planification 10

Contribution des priorités à l'atteinte des résultats stratégiques 11

Analyse des risques 14

Profil des dépenses 16

Postes votés et législatifs 16

Section II – Analyse des activités de programme par résultat stratégique 17

Résultat stratégique 18

Activité de programme 1 : Production d'œuvres audiovisuelles 19

Activité de programme 2 : Distribution, accessibilité et rayonnement 21

Activité de programme 3 : Fonds renouvelable 25

Activité de programme 4 : Services internes 25

Section III – Renseignements supplémentaires 28

Ministre du Patrimoine canadien
et des Langues officielles

Minister of Canadian Heritage
and Official Languages

Chaque année, les organismes du portefeuille du Patrimoine canadien, notamment l'Office national du film (ONF), travaillent sans relâche pour que les Canadiens et Canadiennes de partout au pays puissent profiter de la richesse de notre culture et de notre patrimoine. À titre de ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, je suis fier de présenter le *Rapport sur les plans et les priorités de 2010-2011* préparé par l'ONF.

À l'ère numérique, le rôle unique que joue l'ONF en tant que producteur et distributeur public canadien d'oeuvres audiovisuelles gagne en importance. La technologie numérique transforme notre façon de consommer l'information. Pour les créateurs, les consommateurs et les citoyens canadiens, cette technologie ouvre une porte. Elle permet de faire du Canada un chef de file mondial de la créativité et de l'innovation. L'ONF tire parti du potentiel de cette révolution numérique en offrant une programmation avant-gardiste et des oeuvres canadiennes primées par l'entremise d'Internet et des plateformes mobiles. L'ONF peut ainsi rejoindre les Canadiens de façons nouvelles et utiles et les encourager à participer pleinement à la société.

L'ONF travaille de près avec les producteurs canadiens et les partenaires du secteur privé de toutes les régions du pays, pour créer un environnement à nul autre pareil où l'innovation et la créativité fusionnent. Il met au point des innovations créatives et technologiques toutes canadiennes qui nous permettent, en tant que pays, de nous tailler une place de meneur au sein de l'économie mondiale de la création. L'ONF contribue ainsi à tracer la voie afin d'aider les entreprises culturelles à s'adapter au nouvel environnement, tout en augmentant le potentiel économique de notre pays et en offrant aux Canadiens un accès plus large à leur culture.

Le *Rapport sur les plans et priorités* de 2010-2011 démontre que l'Office national du film entend faire preuve d'innovation et d'efficacité dans la réalisation de son mandat, afin d'atteindre les objectifs du portefeuille du Patrimoine canadien et du gouvernement du Canada. Ainsi, l'ONF contribuera au dynamisme culturel, social et économique du Canada.

L'honorable James Moore, C.P., député

Canada

Message du Commissaire

Les activités et échanges culturels sont la quintessence de l'art de vivre en société. Le travail permanent de création et l'interrogation perpétuelle du passé en sont l'incarnation. Une société ne dure que si elle est soutenue par la sphère publique. C'est là que continuité et mémoire collective s'élaborent — non pour se replier sur le passé, mais pour être enrichies et éclairées par notre histoire commune.

Soumis aux aléas de l'évolution technologique et démographique, l'ONF donne à la population canadienne le sens de la continuité, de l'identité et de la mémoire culturelle.

De nos jours, la révolution numérique a des répercussions sociales, culturelles, économiques et politiques aussi profondes que celles qu'a occasionnées la révolution industrielle à la fin du 18e siècle et au 19e siècle, et le bouleversement social est aussi radical. Une transformation aussi fondamentale offre de nombreux défis, mais aussi beaucoup de possibilités. À titre de producteur public du Canada et de chef de file de longue date en matière de promotion des connaissances médiatiques, l'ONF exploite le potentiel démocratique des médias numériques et donne à de plus en plus de Canadiens et de Canadiennes la possibilité de s'approprier l'univers médiatique porteur de réflexion et de changement social. L'ONF saisit le moment pour élargir les paramètres du cinéma et, plus encore, pour tisser de nouveaux liens significatifs avec ses auditoires.

Deux ans après l'adoption de son plan stratégique quinquennal, l'ONF donne déjà le ton de l'innovation créatrice dans les médias numériques. Ainsi, Canada's Web 50 (groupe canadien de designers, de responsables du marketing et d'acheteurs de médias en ligne) a désigné <ONF.ca> parmi les « 50 meilleurs sites Web canadiens » et l'équipe des Prix des nouveaux médias canadiens (le seul organisme pancanadien décernant des prix pour les œuvres numériques) lui a accordé le Prix du meilleur portail de vidéos en ligne. Mais l'accueil enthousiaste réservé à nos nouveaux produits numériques par nos auditoires de plus en plus nombreux est plus encourageant encore. À ce jour, l'Espace de visionnage en ligne <ONF.ca> a donné lieu à plus de trois millions de visionnages; plus de 1400 productions de l'ONF y sont déjà offertes, et de nouveaux titres s'ajoutent chaque semaine. Cet automne, les 100 000 visionnages d'*Un dimanche à 105 ans*, court métrage documentaire de l'Acadien Daniel Léger, ont constitué un record pour <ONF.ca>. Deux jours après son lancement en octobre 2009, l'application iPhone de l'ONF s'est classée au troisième rang des téléchargements, devant Facebook et Skype.

On peut en conclure que, quand elle y a accès, la population canadienne veut regarder des films de l'ONF, qu'elle est avide de contenu canadien social audacieux en ligne et — de plus en plus — sur ses appareils mobiles. En 2010-2011, l'ONF s'efforcera de satisfaire cette demande naissante avec le type de contenu désormais associé à son image de marque : des récits innovateurs qui reflètent les valeurs et les points de vue canadiens. Pour ce faire, il rendra une plus grande partie de sa collection accessible dans <ONF.ca> et il intensifiera sa présence globale en ligne. Il améliorera son site au moyen de nouvelles fonctions interactives et en offrant du contenu mieux ciblé sur sa clientèle du

secteur de l'éducation. Il continuera aussi d'explorer et d'élaborer de nouveaux modèles d'affaires, comme la vidéo sur demande en ligne.

L'ONF ira de l'avant en prenant le type de risques qui l'amènent à façonner l'avenir de la création numérique, à établir des précédents en cinéma et à aider au positionnement du Canada dans le peloton de tête de l'économie numérique mondiale. Il continuera d'innover en animation et repoussera les frontières du récit multiplateforme tout en explorant de nouveaux modes d'interaction avec les auditoires de façon qu'ils puissent participer à la démarche créatrice et rendre compte de leurs propres réalités.

À titre de producteur public du Canada, l'ONF est un partenaire essentiel d'événements d'importance nationale; il participe aux grands projets fédéraux et témoigne de l'innovation canadienne à la face du monde. L'ONF a noué un partenariat avec le Cirque du Soleil en vue de produire un film distinctif qui sera présenté au Pavillon du Canada à l'Exposition universelle de Shanghai en 2010. Pour la troisième année consécutive, il produira des courts métrages en hommage aux lauréats et lauréates des Prix du gouverneur général pour les arts de la scène. Avec son coffret DVD ***Afghanistan : l'autre visage du pays,*** l'ONF poursuivra sa tradition de jeter des ponts entre les cultures au moyen du cinéma en offrant ces films aux 143 missions canadiennes, qui les utiliseront dans le cadre des activités diplomatiques menées par le Groupe de travail sur l'Afghanistan du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). De plus, en partenariat avec le Secrétariat des relations avec les Inuit (SRI) et Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC), l'ONF travaille à la production d'un coffret DVD soulignant l'histoire et les traditions du peuple inuit.

De nos jours, d'immenses possibilités s'offrent aux organismes de création, particulièrement les organismes publics comme l'ONF, ne manquent pas d'occasions à saisir. En prenant des risques intelligents et originaux dans le domaine des nouvelles technologies, l'ONF peut contribuer à faire du Canada un chef de file de l'économie mondiale fondée sur le savoir. Mais sans vision nationale, c'est impossible. C'est pourquoi l'ONF a plaidé en faveur d'une stratégie nationale du numérique au cours des audiences tenues au sujet d'Internet devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Il met présentement sur pied un groupe de réflexion avec des intervenants clés de l'industrie afin d'explorer les ramifications d'une telle stratégie.

L'ONF est fier du patrimoine audiovisuel accumulé au fil des ans, mais ce qui l'enthousiasme le plus, c'est son avenir. Nous traversons une époque de changements historiques sur le plan de la production et de l'expérience médiatiques. L'heure est venue pour l'ONF de saisir les occasions offertes pour vraiment bâtir l'avenir du cinéma.

Tom Perlmutter
Commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film

SECTION I – SURVOL

Raison d'être et responsabilités

L'Office national du film a été créé par une loi du Parlement en 1939. Organisme culturel fédéral relevant du portefeuille du Patrimoine canadien, l'ONF a pour mandat de produire et distribuer des œuvres audiovisuelles originales et innovatrices qui font mieux comprendre les enjeux auxquels est confrontée la population canadienne et qui font mieux connaître les valeurs et points de vue canadiens de par le pays et le monde.

À titre de producteur et distributeur d'œuvres audiovisuelles, l'ONF a ouvert des perspectives nécessaires sur la richesse et la diversité du Canada en explorant des enjeux sociaux contemporains dans des documentaires d'opinion, des films d'animation d'auteur et du contenu nouveaux médias diversifiés. Au fil des décennies, il a joué un rôle important en soulignant les changements et événements marquants de la société canadienne. Il est devenu la norme dans le domaine de l'innovation cinématographique au Canada.

Le plan stratégique 2008–2012 de l'ONF repose essentiellement sur le retour aux valeurs fondamentales de l'ONF : aider les créateurs, privilégier l'imagination et la création socialement engagée sous toutes formes technologiques, et rendre ses produits accessibles au plus grand nombre. L'ONF continue d'offrir aux créateurs canadiens un lieu où élaborer – sous de nouvelles formes – des œuvres authentiques, pertinentes sur le plan social et essentielles à la création de valeurs citoyennes et démocratiques communes dans une société de plus en plus diversifiée qui évolue rapidement. En soutenant la relève, les membres des diverses communautés culturelles, linguistiques et autochtones, de même que les personnes handicapées, l'ONF s'assure que ses œuvres audiovisuelles reflètent la diversité canadienne et exposent les réalités sociales et culturelles en mutation au pays.

À l'ère du numérique, l'ONF est plus essentiel que jamais comme producteur et distributeur public canadien, puisqu'il assume les risques commerciaux et artistiques auxquels les maisons de production privées n'ont pas les moyens de s'exposer. En testant le potentiel artistique des nouvelles technologies, en abordant ouvertement des sujets difficiles ou en permettant la distribution dans des communautés éloignées, l'ONF ouvre à la population et à l'industrie canadiennes de nouvelles possibilités. En tant que laboratoire de création innovatrice, il élabore les nouveaux formats et les nouvelles formes de récit de l'avenir, depuis la création et la distribution numériques jusqu'à l'exploration en production stéréoscopique.

Pour l'ONF, l'accès aux œuvres audiovisuelles qu'il produit et distribue auprès de la population canadienne est une priorité. Dépositaire d'un remarquable patrimoine audiovisuel canadien, l'ONF partage ses volumineuses archives – un trésor national composé de plus de 13 000 productions – avec le Canada et le reste du monde. À <ONF.ca>, les publics canadien et étranger ont désormais un accès sans précédent à du contenu audiovisuel qui reflète la culture et les valeurs du Canada. L'ONF sert les Canadiens et Canadiennes puisqu'il leur permet d'accéder

à sa riche collection au moment et à l'endroit qui leur convient, sur les plateformes de leur choix. De plus, à titre de fournisseur fiable des maisons d'enseignement en matière de contenu audiovisuel canadien dans les deux langues officielles, l'ONF est un important véhicule des valeurs canadiennes auprès de la jeunesse du pays.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'ONF, veuillez suivre le lien : <http://www.onf-nfb.gc.ca/fra/a-propos/organisation.php>.

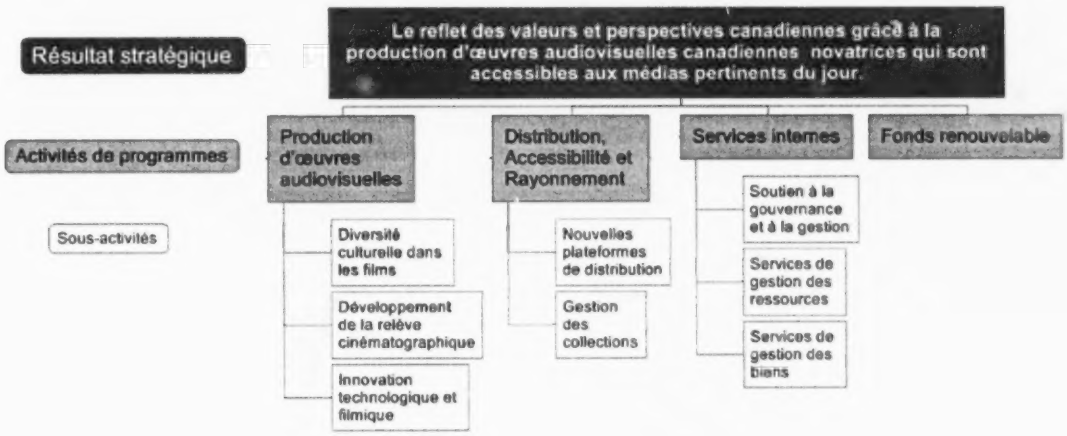
Résultats stratégiques et Architecture des activités de programmes (AAP)

En accomplissant son mandat, l'Office national du film vise le résultat stratégique qui suit :

Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles par le truchement des médias pertinents.

Architecture des activités de programme

Le tableau ci-après illustre les activités et sous-activités de programme de l'ONF qui contribuent à l'atteinte du résultat stratégique. [1]



[1] À noter que lorsque l'ONF procédera à la prochaine révision de l'APP au cours de l'exercice 2010-2011, il proposera de nouvelles sous-activités de programme afin de corriger les incohérences recensées en 2009-2010.

Sommaire de la planification

Ressources financières (milliers de dollars)

2010-2011	2011-2012	2012-2013
67 217	67 167	67 167

Ressources humaines (Équivalents temps plein – ETP)

2010-2011	2011-2012	2012-2013
452	452	452

Résultat stratégique 1 : Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles par le truchement des médias pertinents.	
Indicateurs de rendement	**Objectifs[2]**
Pourcentage du public canadien qui perçoit l'ONF comme une institution innovatrice, créative et socialement engagée	60 % d'ici le 31 mars 2011
Pourcentage de productions achevées portant sur les grands enjeux sociaux	90 % d'ici le 31 mars 2011
Pourcentage de l'auditoire de l'ONF ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les valeurs et les points de vue canadiens	85 % d'ici le 31 mars 2011

Activité de programme (en milliers de dollars)	**Prévision des dépenses 2009–2010**	**Dépenses prévues**			**Concordance avec les résultats du gouvernement du Canada**
		2010–2011	**2011–2012**	**2012–2013**	
Production d'œuvres audio–visuelles	47 477	46 714	46 666	46 666	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques
Distribution, accessibilité et rayonnement	13 048	12 733	12 734	12 734	
Services internes	7 926	7 770	7 767	7 767	
Total des dépenses prévues	**68 451**	**67 217**	**67 167**	**67 167**	

[2] Les indicateurs et objectifs énumérés dans ces tableaux font partie de la structure de gestion, des ressources et des résultats de l'ONF et seront revus et améliorés en 2010-2011.

Contribution des priorités à l'atteinte des résultats stratégiques

L'ONF se concentrera sur les priorités en matière d'opérations et de gestion ci-après, qui figurent à son plan stratégique 2008–2012. Le présent Rapport sur les plans et les priorités fixe les objectifs à atteindre au cours de la période de planification.

***Résultat stratégique global :** Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles par le truchement des médias pertinents.

Priorités opérationnelles	Type	Liens avec les résultats stratégiques	Description
Leadership créatif et excellence de la programmation L'ONF exercera son leadership en tant que point de référence mondial en matière d'innovation et de création de contenu multiplateforme pour le documentaire, l'animation d'auteur, les œuvres numériques/ nouveaux médias et d'autres nouvelles formes audiovisuelles.	Perma–nente	*voir Résultat stratégique global	**Pourquoi s'agit-il d'une priorité?** Les œuvres audiovisuelles de l'ONF offrent un point de vue véritablement canadien, et jouent un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne du film et de la télévision. Il est en mesure de prendre les risques artistiques, financiers et technologiques nécessaires pour que le Canada demeure à l'avant-scène de l'industrie culturelle. **Plans en vue de donner suite à la priorité** En 2010-2011, l'ONF oriente sa programmation sur les œuvres numériques multiplateformes. Il poursuivra le développement de nouveaux formats et de nouveaux modes de récit dans le domaine de la création et de la distribution d'œuvres numériques. De plus, il maintiendra et consolidera sa capacité à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la compétence en création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même qu'au sein de la relève. Il continuera à chercher des partenariats public-privé et à tirer profit de ceux qui sont déjà en place.

Accessibilité étendue et engagement citoyen L'ONF facilitera et élargira l'accès des auditoires canadiens et étrangers à ses œuvres et à celles de ses partenaires et ce, sur toutes les plateformes pertinentes.	Perma–nente	*voir Résultat stratégique global	**Pourquoi s'agit-il d'une priorité?** Les auditoires canadiens et étrangers comptent sur l'ONF pour fournir du contenu de haute qualité, authentiquement canadien, sur toutes les plateformes pertinentes. En exploitant le potentiel des technologies numériques pour informer la population canadienne sur des enjeux sociaux pertinents, l'ONF favorise la cohésion sociale et l'engagement citoyen tout en élargissant son rayonnement. Il est aussi un fournisseur fiable des maisons d'enseignement en matière de contenu audiovisuel canadien dans les deux langues officielles et constitue un important véhicule des valeurs canadiennes auprès de la jeunesse du pays. **Plans en vue de donner suite à la priorité** L'ONF offrira davantage de produits en ligne dans <ONF.ca> et enrichira sa présence en ligne avec ses partenaires de syndication de contenu. Il élaborera aussi des produits en ligne à l'intention du secteur de l'éducation. Ces activités profiteront d'une approche de marketing mieux structurée plus axée sur les priorités.
Passage au numérique En poursuivant la mise en œuvre de sa stratégie du numérique, l'ONF se dotera des moyens nécessaires pour exécuter son mandat de programmation, de distribution, d'accessibilité, de développement de nouvelles relations d'affaires et de préservation de son patrimoine audiovisuel.	Perma–nente	*voir Résultat stratégique global	**Pourquoi s'agit-il d'une priorité?** La numérisation de ses œuvres audiovisuelles est essentielle pour assurer l'avenir de l'ONF et renforcer sa capacité à offrir des productions pertinentes pour la population canadienne. La numérisation est également essentielle à la préservation et à l'accessibilité de la riche collection patrimoniale de l'ONF pour les générations à venir. **Plans en vue de donner suite à la priorité** L'ONF poursuivra la mise en œuvre de son plan de numérisation et d'archivage numérique. En se convertissant à un environnement sans bandes grâce aux transactions électroniques et à la diffusion numérique, il s'adaptera mieux aux besoins qu'impose le passage aux nouveaux médias.

Priorités en matière de gestion	Type	Liens avec les résultats stratégiques	Description
Renouveau organisationnel L'ONF deviendra un modèle d'organisme créatif du 21e siècle, un organisme souple, efficace et efficient, un creuset d'innovation et de créativité qui valorise ses employés, qui collabore au moment voulu et de manière transparente avec les intervenants, qui offre une valeur sûre à la population canadienne et qui prend l'initiative de mettre en œuvre des pratiques respectueuses de l'environnement.	Perma–nente	*voir Résultat stratégique global	**Pourquoi s'agit-il d'une priorité?** À titre d'organisme créatif, l'ONF doit s'adapter à son milieu en mutation pour pouvoir continuer à offrir un service de valeur à la population canadienne. Fondée sur des principes de saine gouvernance et de responsabilisation, la restructuration organisationnelle appuie la mise en œuvre du plan stratégique quinquennal de l'ONF, grâce auquel lui-même et ses partenaires de l'industrie seront plus concurrentiels dans l'environnement évolutif actuel. **Plans en vue de donner suite à la priorité** Le comité des opérations poursuivra la mise en œuvre du plan stratégique selon les priorités établies pour l'exercice. Il servira également de canal de communication entre le commissaire, la haute direction et les opérations. En faisant de la formation une priorité, l'ONF s'assurera non seulement de disposer de compétences à jour dans son nouvel environnement, mais aussi d'offrir à son personnel des possibilités d'épanouissement et d'avancement. L'ONF continuera à prendre des mesures pour améliorer son rendement dans les secteurs de gestion ayant fait l'objet de recommandations à la ronde V du CRG et se préparera en vue de l'évaluation de 2010-2011.
Financement L'ONF continuera de mettre en œuvre de meilleurs mécanismes de planification et de contrôles financiers afin de maximiser l'efficience interne; il cherchera de nouveaux secteurs générateurs de revenus, fera fructifier ses partenariats dans des domaines comme le marketing et dynamisera ses activités de distribution traditionnelles.	Perma–nente	*voir Résultat stratégique global	**Pourquoi s'agit-il d'une priorité?** Aux prises avec l'érosion constante de son pouvoir d'achat et des besoins pressants en capital pour faire face aux défis que représentent la numérisation et le passage à d'autres technologies de production, l'ONF doit avoir des bases financières saines pour être en mesure d'assumer son mandat et ses responsabilités. **Plans en vue de donner suite à la priorité** En 2010–2011, l'ONF se concentrera sur de nouveaux secteurs générateurs de revenus en monétisant une partie de ses produits par le biais de la syndication avec ses partenaires. Il explorera des modèles d'affaires, dont celui de la vidéo sur demande en ligne. L'ONF mettra en place une approche de marketing et de distribution mieux structurée et plus efficace.

Analyse des risques

Fragilité de l'industrie du cinéma et de la télévision

L'ONF et ses partenaires du secteur privé subissent actuellement les contrecoups de la fragilité sans cesse accrue de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision. Par suite de l'effondrement des modèles de télédiffusion traditionnels ainsi que de l'évolution et de la fragmentation des marchés, les possibilités de télédiffusion se raréfient et les budgets de licence de diffusion s'amenuisent. Les producteurs de documentaires indépendants – qui comptent souvent sur les avances touchées sur les redevances de télédiffusion (ou « préventes ») – se heurtent tout particulièrement à de grosses difficultés. Selon *Profil 2009,* de l'Association canadienne de production de films et de télévision, la baisse considérable des investissements en publicité à la télévision a « entraîné une réduction de la demande d'émissions de télévision canadiennes venant des télédiffuseurs »[3] canadiens et étrangers. On ajoute que les producteurs canadiens ont continué de compter largement sur les télédiffuseurs canadiens puisque « l'apport étranger à la production télévisuelle canadienne a descendu de 33 %, de 250 millions à 167 millions de dollars, car la prévente d'émissions canadiennes à des diffuseurs étrangers est devenue de plus en plus difficile »[4]. L'ONF n'a pas été à l'abri de cette tendance globale : en 2008–2009, ses revenus provenant des télédiffuseurs publics et privés ont diminué de 26 %. L'organisme prévoit cependant une amélioration en 2010–2011, quand le Canada et d'autres pays connaîtront une reprise économique. Toujours selon ce rapport, le volume de production de documentaires à épisode unique a été réduit de 50 %[5].

Nouvelles plateformes numériques

Tandis que nous assistons à un recul des options de télédiffusion traditionnelles, les possibilités numériques s'élargissent. Les consommateurs canadiens utilisent de plus en plus Internet et d'autres plateformes numériques, comme les téléphones cellulaires, pour accéder à du contenu culturel. Les technologies numériques facilitent le rayonnement et offrent un moyen de diffusion des produits culturels beaucoup plus efficace et efficient auprès de la population canadienne et mondiale. Dans un univers numérique mondial où domine de plus en plus le contenu étranger, il faut de toute urgence offrir du contenu canadien. L'ONF apporte un élément de solution qui aura de grandes répercussions dans des domaines comme l'économie de la création et l'avenir de la cohésion nationale.

La numérisation de ses œuvres audiovisuelles est essentielle pour assurer l'avenir de l'ONF et sa capacité à offrir des productions pertinentes et de la valeur à la population canadienne.

---

[3] Association canadienne de production de film et télévision, *Profil 2009,* p. 5.

[4] Association canadienne de production de film et télévision, *Profil 2009,* p. 46.

[5] Association canadienne de production de film et télévision, *Profil 2009,* p. 37.

Dépositaire d'un vaste patrimoine audiovisuel de grande valeur culturelle pour la population canadienne, l'ONF doit numériser toute sa collection de plus de 13 000 titres afin de la préserver et de la rendre accessible aux générations à venir. Il s'agit toutefois d'une tâche énorme qui présente de nombreuses difficultés techniques et financières. Environ 20 % des productions réalisées en 70 ans d'histoire risquent d'être perdues à moyen terme à moins d'être converties à de nouveaux supports. Dans un contexte technologique en constante évolution, le risque de désuétude est considérable et doit être minutieusement pris en compte et analysé. L'ONF doit continuer à examiner et mettre à jour (au besoin) ses technologies numériques afin de demeurer innovateur et d'offrir une valeur sûre à la population canadienne.

Il y a toutefois des défis spécialement liés au financement de la numérisation, aux mises à jour technologiques et à la gestion des droits. Bien qu'un processus de gestion des droits soit en place, l'affranchissement des droits nécessaires à la mise à disposition de la collection en ligne exige un investissement considérable. En plus d'avoir perdu des revenus de télédiffusion, l'ONF est aux prises avec l'érosion de son pouvoir d'achat en raison de l'augmentation des coûts du programme. Pour se doter d'assises financières plus solides, l'ONF consolide sa planification financière et cible de nouveaux secteurs générateurs de revenus.

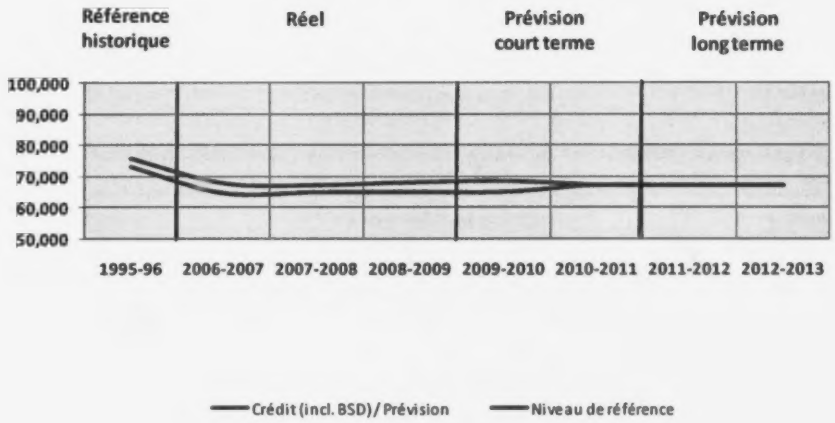
Renouveau organisationnel

Afin d'atteindre ses objectifs stratégiques avec efficience et efficacité, y compris le passage aux médias numériques, l'ONF modifie considérablement ses activités et sa structure. Ainsi, en septembre 2009, il a fusionné neuf directions en cinq afin de se doter de processus de travail plus cohérents et mieux intégrés.

Enfin, l'ONF doit impérativement former et perfectionner son personnel pour demeurer à l'avant-garde de la production médiatique innovatrice dans le paysage technologique évolutif qui est le sien. Même si la formation en nouveaux médias est déjà en cours, l'ONF élaborera une stratégie officielle de formation et de perfectionnement en 2010–2011.

Profil des dépenses

(en milliers de dollars)



Postes votés et législatifs

(en milliers de dollars)

Poste voté ou législatif (L)	Libellé tronqué pour le poste voté ou législatif	2009–2010 Budget principal des dépenses	2010–2011 Budget principal des dépenses
65	Dépenses de fonctionnement	65 062	67 217
	TOTAL	65 062	67 217

Explication de l'écart

L'augmentation de 2155 (milliers de dollars) de 2009-2010 à 2010-2011 s'explique comme suit :

Rémunération accordée dans le cadre des conventions collectives	2 303
Réduction liée aux économies sur les approvisionnements	(148)
Augmentation TOTALE d'une année à l'autre	2 155

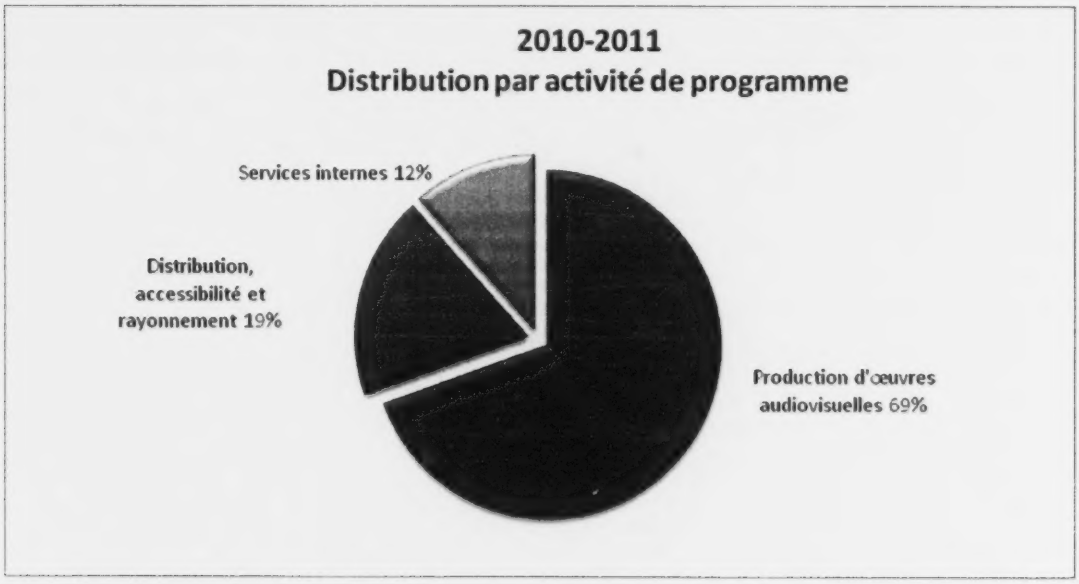
Section II — Analyse des activités de programmes par résultat stratégique

Résultat(s) stratégique(s)

En accomplissant son mandat, l'Office national du film vise le résultat stratégique qui suit :

Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles par le truchement des médias pertinents.

L'ONF atteint ce résultat stratégique par deux activités de programme : **Production d'œuvres audiovisuelles** et **Distribution, accessibilité et rayonnement**. En produisant des œuvres audiovisuelles pertinentes, audacieuses et innovatrices, l'ONF aide la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde. Il utilise aussi de nouvelles technologies pour faciliter et élargir l'accès à ses œuvres et à celles de ses partenaires, dans les deux langues, auprès du public canadien de toutes les régions, tout en consolidant la présence du Canada dans l'univers numérique au moyen de sa marque reconnue de par le monde.



Activité de programme 1 : Production d'œuvres audiovisuelles

Activité de programme 1 : Production d'œuvres audiovisuelles					
Ressources humaines (ETP) et dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2010–2011		**2011–2012**		**2012–2013**	
ETP	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**
259	46 714	259	46 666	259	46 666

Résultats attendus de l'activité de programme	**Indicateurs de rendement**	**Objectifs**[6]
L'ONF produit des œuvres audiovisuelles pertinentes, audacieuses et innovatrices qui donnent aux Canadiens une meilleure compréhension du Canada et du monde.	Pourcentage du public canadien qui perçoit l'ONF comme un producteur d'œuvres audiovisuelles pertinentes, audacieuses et innovatrices	50 % d'ici le 31 mars 2011
	Prix, mentions, nominations et hommages recueillis aux festivals nationaux et internationaux	150 d'ici le 31 mars 2011
	Pourcentage du public canadien qui perçoit l'ONF comme un producteur d'œuvres donnant aux Canadiens une meilleure compréhension du Canada et du reste du monde	75 % d'ici le 31 mars 2011

Sommaire de l'activité de programme

Les productions de l'Office national du film énoncent un point de vue véritablement canadien, reconnu tant au pays qu'à l'étranger et, de ce fait, jouent un rôle important dans la vie de la population canadienne et un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne du film et de la télévision. La programmation de l'ONF favorise l'expression de différentes voix culturelles et régionales et la présentation de divers contenus dans les deux langues officielles, en encourageant la participation de cinéastes autochtones et de cinéastes issus de communautés ethnoculturelles de partout au pays. Les activités de programmation de l'ONF englobent la conceptualisation, la recherche, l'élaboration, la production et la mise en marché de documentaires, films d'animation, contenu nouveaux médias ou autres nouvelles formes audiovisuelles. L'institution innove constamment en utilisant de nouvelles méthodes et technologies de production de manière à créer un contenu de qualité accessible sur les nouvelles plateformes de diffusion et aux nouveaux médias.

---

[6] Les indicateurs et objectifs énumérés dans ces tableaux font partie de la structure de gestion, des ressources et des résultats de l'ONF et seront revus et améliorés en 2010-2011.

Faits saillants de la planification

L'ONF oriente désormais sa programmation sur les œuvres numériques multiplateformes. L'ONF cherche constamment de talentueux artistes et créateurs de contenu médiatique canadiens intéressés à expérimenter les applications de création des technologies numériques et l'interactivité dans le contexte du récit, de l'expression et de la communauté. Il continuera à repousser les limites du cinéma en explorant les possibilités du documentaire interactif et de la stéréoscopie 3D, comme dans le projet *The Brain*, qui résulte de la collaboration avec l'Institut et hôpital neurologiques de Montréal, réputé de par le monde.

De plus, l'ONF maintiendra et consolidera sa capacité à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même que chez ceux de la relève.

Dans le cadre de son engagement à créer des œuvres qui sont l'expression de voix régionales uniques et distinctives, l'ONF ouvrira un petit bureau à St John's au début de 2010, ce qui coïncidera avec le lancement, en collaboration avec la Société de développement de l'industrie cinématographique de Terre-Neuve-et-Labrador, d'un nouveau programme destiné à la relève intitulé New Screen. Des programmes menés dans le Nunavut avec des cinéastes autochtones viseront à former des cinéastes de la relève au sein des communautés autochtones ainsi qu'à favoriser l'essor d'une industrie cinématographique qui leur soit propre.

L'ONF répondra aussi aux exigences en matière de programmation pour des groupes de clients précis, comme le secteur de l'éducation, en produisant des œuvres dans les deux langues officielles qui cibleront principalement ce secteur et en adaptant d'autres projets à leurs besoins; pour ce faire, il consultera systématiquement les intervenants spécialisés dans ce marché.

L'ONF continuera à chercher de nouveaux partenariats avec des organismes des secteurs public et privé. Pour la troisième année consécutive, il produira des courts métrages rendant hommage aux lauréats et lauréates des Prix du gouverneur général pour les arts de la scène. Il poursuivra sa collaboration avec le Cirque du Soleil dans un autre projet d'importance nationale : la production d'un film distinctif qui sera présenté au Pavillon du Canada à l'Exposition universelle de Shanghai en 2010.

Avantages pour les Canadiens

L'activité de programme qu'est la production appuie les priorités gouvernementales : créativité et innovation culturelles, promotion des valeurs et de la culture canadiennes, et rappel d'événements historiques d'importance survenus au Canada.

L'ONF joue un rôle important dans l'arène culturelle du pays en épaulant les cinéastes des diverses communautés culturelles. Sa programmation stimule l'expression de voix diverses et de

contenus variés dans les deux langues officielles en encourageant les talents des communautés autochtones, linguistiques et ethnoculturelles de toutes les régions du pays et des personnes handicapées. Grâce à l'engagement de l'ONF envers les communautés de langue officielle en situation minoritaire, des communautés dynamiques sont en mesure de partager leurs histoires.

L'ONF sert la population canadienne en produisant du contenu culturel riche et diversifié qui reflète le profil démographique en évolution rapide au pays et qui ne pourrait être facilement produit autrement. Le contenu médiatique de l'ONF favorise l'exploration d'enjeux sociaux actuels et met l'accent sur les films d'auteur de divers horizons qui aident les Canadiennes et Canadiens à se rapprocher les uns des autres.

Activité de programme 2 : Distribution, accessibilité et rayonnement

Activité de programme 2 : Distribution, accessibilité et rayonnement					
Ressources humaines (ETP) et dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2010–2011		**2011–2012**		**2012–2013**	
ETP	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**
135	12 733	135	12 734	135	12 734

Résultats attendus de l'activité de programme	**Indicateurs de rendement**	**Objectifs**
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont accessibles au public canadien dans toutes les régions du pays.	Pourcentage de la population canadienne ayant eu accès à des produits de l'ONF, les ayant utilisés ou visionnés	85 % d'ici le 31 mars 2011
	Nombre de clients, utilisateurs, membres du public rejoints	Aucun objectif établi
	Pourcentage de la population canadienne ayant accès à la programmation de l'ONF	60 % d'ici le 31 mars 2011

Sommaire de l'activité de programme

Les activités de distribution, d'accessibilité et de rayonnement de l'ONF contribuent au développement d'une culture et d'un patrimoine canadiens dynamiques. La distribution d'œuvres audiovisuelles regroupe : la diffusion et la commercialisation des catalogues audiovisuels et des biens complémentaires de l'ONF (comme sa cinémathèque de plans d'archives et sa collection de photos bien établies); le développement et la diversification des marchés (salles, télévision,

Web et nouvelles plateformes, consommateur et institutionnel) au Canada et à l'étranger. Par ses activités, l'ONF rend ses œuvres disponibles dans tout le Canada, y compris dans les communautés en régions éloignées et rurales, et donne un meilleur accès à ces œuvres aux personnes handicapées, aux groupes autochtones et aux communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Faits saillants de la planification

NOUVELLES PLATEFORMES DE DISTRIBUTION

L'ONF rendra ses productions plus accessibles aux auditoires canadiens et étrangers en utilisant les technologies numériques pour offrir davantage de produits en ligne sur <ONF.ca> avec l'apport de ses partenaires de syndication de contenu tout en augmentant encore davantage le sentiment de confiance à l'endroit de sa marque. En 2010, l'étape suivante pour <ONF.ca> consiste à enrichir les caractéristiques des produits (par exemple, HD et 3D) ainsi qu'à proposer l'interactivité, les communications dans les deux sens avec l'utilisateur (commentaires, signets et fonctions spéciales) et les capacités transactionnelles, comme les téléchargements. Tout en continuant à augmenter son offre de produits captivants gratuits, l'ONF commencera à proposer du contenu et des services payants (les nouveautés), mettant ainsi à l'essai différents modèles d'affaires. De la sorte, non seulement l'ONF générera des revenus, mais il accroîtra aussi son auditoire, particulièrement chez les jeunes.

Le nouveau site interentreprises destiné aux acheteurs sera également étoffé, et Images ONF (le site de plans d'archives multiservices de l'ONF) continuera à enrichir son offre.

De plus, l'ONF poursuivra l'élaboration et l'enrichissement de son offre en ligne au secteur de l'éducation. Le corps enseignant peut s'abonner à un service payant conçu pour répondre à ses besoins pédagogiques et lui faire découvrir du matériel à utiliser en classe. Les enseignantes et enseignants accéderont ainsi à des films réservés aux seuls abonnés. D'ici septembre 2010, des caractéristiques plus complexes – guides pédagogiques indexés, capacité de recherche fondée sur les programmes d'études et matériel d'archives à utiliser en classe – auront été ajoutés, et le nouveau service d'abonnement sera officiellement lancé.

ACCESSIBILITÉ ET RAYONNEMENT

Un des éléments clés du plan stratégique de l'ONF, c'est la mise à profit des nouvelles technologies numériques pour rendre ses films accessibles à la majorité des Canadiens et Canadiennes. Lancé à titre de projet pilote en janvier 2008, le réseau d'e-cinémas est un exemple frappant de la façon dont l'ONF concrétise son plan. Misant sur l'expérience acquise grâce à ce projet pilote, l'organisme élargira son réseau en offrant du contenu aux collectivités mal

desservies de la région de baie Sainte-Marie (N.-É.) et de l'île Fogo (T.-N.-L.). En 2010–2011 aura lieu l'évaluation du projet pilote mis sur pied en 2007–2008.

L'ONF essaie aussi de rejoindre les collectivités mal desservies au moyen des nouvelles technologies en explorant des moyens d'élargir l'accès dans les communautés isolées du Nord. En 2010–2011, il élaborera un plan d'action fondé sur les consultations avec ces communautés; les technologies du Web, de l'e-cinéma ou autres technologies mobiles seront alors mises à contribution dans le cadre de partenariats avec les écoles et les bibliothèques.

Les activités de rayonnement de l'ONF jouent aussi un rôle important dans la consolidation de ses relations avec le secteur de l'éducation et le corps enseignant et dans l'établissement de liens solides avec la jeunesse canadienne. En 2010–2011, l'ONF créera des ateliers itinérants sur l'art du récit personnel en ligne à l'intention des enfants d'âge scolaire. Ces ateliers s'inspireront des ateliers créés dans le cadre de l'édition numérique de l'Olympiade culturelle, CODE Canada, en partenariat avec le COVAN (Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver).

D'importants partenariats au sein du gouvernement fédéral ont permis à l'ONF de joindre ses forces à celles d'autres organisations pour promouvoir les œuvres canadiennes et favoriser une meilleure compréhension interculturelle par l'intermédiaire des films et des médias. En 2010–2011, le coffret DVD ***Afghanistan : l'autre visage du pays***, qui a été transmis à 143 missions canadiennes, continuera de servir pour des activités diplomatiques menées par le Groupe de travail sur l'Afghanistan du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) ou pour promouvoir la culture canadienne.

Dans le cadre d'un autre partenariat clé avec le Secrétariat des relations avec les Inuit (SRI) et Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC), l'ONF souhaite apporter une contribution concrète, durable et continue à l'affermissement de la culture inuite en donnant, aux communautés inuites, accès à leur riche patrimoine audiovisuel et en offrant ce patrimoine en partage au peuple inuit et à la population canadienne.

La réorientation de la stratégie de mise en marché est au cœur de la stratégie d'accessibilité. Cette nouvelle orientation fera en sorte que les productions de l'ONF soient vues et appréciées à leur juste valeur par des auditoires de plus en plus nombreux. La création du comité de marketing interservices donnera lieu à une stratégie de mise en marché plus structurée, axée sur les priorités, ciblée et efficace. De plus, le groupe de gestion des collections nouvellement créé verra à l'adoption d'une méthode de distribution plus efficace, de manière à maximiser l'exploitation de tous les actifs de l'ONF et d'assurer la vente croisée ou la combinaison de produits afin d'améliorer la mise en marché de la collection.

GESTION DES COLLECTIONS

Poursuivant la mise en œuvre de son plan de numérisation et d'archivage numérique, l'ONF prévoit que le flux des travaux en production, en postproduction et en diffusion sera en grande partie passé au numérique d'ici 2010–2011. De plus, comme il est établi dans le profil de risque de l'ONF, la sécurité de la collection matérielle doit être assurée. L'ONF élaborera donc un plan de conservation visant à garantir la préservation de sa riche collection patrimoniale pour les générations futures.

L'ONF continuera en outre d'investir dans sa capacité à répondre aux nouvelles exigences technologiques, particulièrement en ce qui a trait à sa capacité de diffuser ses films sur des plateformes numériques nombreuses et diverses. Grâce à ces investissements, il sera en mesure de créer du contenu de qualité optimale à la fine pointe sur le plan créatif et de rendre ses productions plus accessibles. Conformément au plan de numérisation, l'infrastructure de distribution donnera lieu à la création de masters de base (Digital Source Masters), ce qui contribuera à la préservation et à une plus grande accessibilité des productions de l'ONF. De plus, l'ONF mettra en œuvre un système de gestion intégrée de l'information doté de fonctions améliorées de gestion du contenu. Les objectifs et indicateurs de rendement à ce chapitre seront fixés en 2010–2011.

Avantages pour les Canadiens

L'ONF offre un service essentiel en distribuant des œuvres qui reflètent notre histoire et nos valeurs, qui font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. La programmation de l'ONF sert l'intérêt public en stimulant l'apprentissage, en renouvelant nos valeurs communes et en contribuant, à long terme, au bon fonctionnement de la société civile. Cette activité de programme accroît la visibilité et la connaissance de l'ONF et de ses produits par la mise en marché, la programmation, la distribution et l'exploitation de sa marque reconnue.

La révolution numérique ouvre à l'ONF des possibilités extraordinaires de servir les Canadiens et Canadiennes puisqu'elle leur permet d'accéder à la riche collection de l'ONF et aux productions à venir et ce, au moment et à l'endroit qui leur convient, sur les plateformes de leur choix. La grande popularité de l'Espace de visionnage en ligne et de l'application mobile prouve que les Canadiennes et Canadiens veulent voir plus de films de l'ONF et les regarder quand ils sont offerts par des moyens sur lesquels ils comptent désormais. En offrant ses films dans Internet et sur les plateformes mobiles, l'ONF rejoint davantage la jeunesse canadienne dans les médias qu'elle consomme et lui donne ainsi accès aux histoires et valeurs canadiennes. Par l'e-cinéma et d'autres modes de distribution numérique, l'ONF est en mesure de se rapprocher davantage de la population canadienne dans les deux langues officielles à l'échelle du pays et, plus particulièrement, dans les collectivités mal desservies.

L'engagement de l'ONF à fournir au secteur de l'éducation du contenu canadien à utiliser en classe est le fondement de la fédération de demain, une fédération plus forte et davantage axée sur la collaboration.

L'ONF sert à la fois la population canadienne et l'industrie en assurant une forte présence du Canada dans l'univers numérique à l'échelle mondiale. Par ses activités de distribution, l'ONF est fidèle à sa tradition d'excellence puisqu'il donne aux Canadiens et Canadiennes la possibilité d'être à la fois témoins et participants de l'Histoire et, aux créateurs, la liberté d'explorer et d'innover.

Activité de programme 3 : Fonds renouvelable

Activité de programme 3 : Fonds renouvelable					
Ressources humaines (ETP) et dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2010–2011		**2011–2012**		**2012–2013**	
ETP	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**
S. O.	S. O.	S. O.	S. O.	S. O.	S. O.

Sommaire de l'activité de programme

Les activités sont financées par une autorisation parlementaire permanente (fonds renouvelable) et par des crédits parlementaires votés chaque année. Le fonds renouvelable permet à l'ONF de faire des paiements à même le Trésor pour couvrir provisoirement les coûts d'exploitation et d'acquisition d'immobilisation.

Avantages pour les Canadiens

C'est grâce au fonds renouvelable que l'ONF sert la population canadienne sans interruption.

Activité de programme 4 : Services internes

Activité de programme 4 : Services internes					
Ressources humaines (ETP) et dépenses prévues (en milliers de dollars)					
2010–2011		**2011–2012**		**2012–2013**	
ETP	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**	**ETP**	**Dépenses prévues**
58	7 770	58	7 767	58	7 767

Sommaire de l'activité de programme
Cette activité de programme sert à répondre aux attentes en services internes et à contrôler le rendement en la matière à l'ONF.

Faits saillants de la planification
Selon le plan stratégique quinquennal de l'ONF, le renouveau organisationnel est un objectif clé : pour remplir sa mission, l'ONF doit être souple, efficient et tourné vers l'avenir. Pour atteindre cet objectif, une étape fondamentale a été la restructuration. Neuf directions ont fusionné en cinq divisions afin de doter l'ONF de processus de travail plus cohérents et mieux intégrés et ainsi lui permettre de mieux accomplir son mandat. En 2010-2011, cette restructuration améliorera les processus de travail car, de concert avec leurs équipes respectives, les chefs de la nouvelle structure élaboreront de nouvelles méthodes d'organisation des flux de travaux.

Créé à l'automne 2009, le comité des opérations est chargé de mettre en œuvre le plan stratégique conformément aux priorités établies par le commissaire et le comité de direction. En 2010–2011 sera élaboré un cadre visant les processus et les groupes de travail interdisciplinaire afin d'assurer la coordination efficiente dans tous les projets.

De plus, dans le cadre de la restructuration et de la revitalisation de l'organisation, l'ONF créera un secrétariat général dont la fonction sera semblable à celle d'autres ministères et organismes fédéraux. Il aura pour objectif de rationaliser la circulation de l'information au sein de l'ONF et de renforcer les communications intersectorielles sur les questions touchant l'ONF.

La restructuration susmentionnée repose nécessairement sur une organisation plus sensible aux besoins du personnel. Au fil de son évolution, l'ONF appuiera son personnel en lui offrant davantage de formation, d'occasions d'avancement et d'épanouissement tout en adaptant sa main-d'œuvre aux nouvelles réalités de l'environnement numérique. En 2010–2011, l'ONF continuera donc de former son personnel dans le domaine des nouveaux médias, et il formulera une stratégie de formation et de perfectionnement des compétences.

Comme il est énoncé dans le plan stratégique, le déménagement du Bureau central de Montréal en un lieu plus central traduisant mieux la nature innovatrice et créative de l'ONF est un élément important du renouveau organisationnel. Dans cet esprit, la première étape a été l'élaboration par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada d'un programme fonctionnel et technique (PFT), en étroite collaboration avec l'ONF. Ce document de référence consiste en une évaluation des besoins fonctionnels, opérationnels et techniques qui motivent le déménagement. Le PFT sera prêt en 2010-2011.

INDICATEURS DE RENDEMENT

Pour consolider la gestion et la responsabilisation dans le secteur public et pour assurer l'efficacité de l'organisation, l'ONF établit continuellement des indicateurs de rendement et des objectifs utilisés pour évaluer le degré auquel il atteint ces objectifs. À mesure qu'il rend opérationnel son cadre de rendement, il crée de nouveaux indicateurs et ajoute de nouveaux objectifs à sa Structure de gestion, des ressources et des résultats (SGRR). C'est dans cet esprit qu'il établira et intégrera des mesures de l'audience de ses œuvres numériques. Les objectifs fixés dans la SGRR seront atteints d'ici le 31 mars 2011.

GESTION FINANCIÈRE

Afin de reposer sur de solides bases financières, l'ONF mettra en œuvre la nouvelle politique gouvernementale sur les contrôles internes et les modifications apportées à la Norme comptable du Conseil du Trésor (NCCT) 1.2. Il reverra sa stratégie sur les sources de revenus pour l'adapter aux nouveaux médias.

CADRE DE RESPONSABILISATION DE GESTION

À l'ONF, l'analyse et la conformité aux exigences gouvernementales en matière de bonne gestion constituent un processus continu de même qu'une priorité organisationnelle.

L'ONF continuera à prendre des mesures pour améliorer son rendement dans les domaines de gestion évalués dans le Cadre de responsabilisation de gestion. L'ONF devrait faire l'objet d'une évaluation à l'automne 2010, au moment de la Ronde VII du CRG.

Avantages pour les Canadiens

Cette activité de programme offre un soutien constant aux programmes de production et d'accessibilité de l'ONF; il est garant de la qualité globale de la gouvernance et de la gestion à l'échelle de l'organisation.

En répondant aux besoins et exigences du gouvernement du Canada pour ce qui touche la saine gestion des ressources publiques, l'ONF contribue à consolider la gestion des ressources et le leadership du secteur public en la matière, favorisant ainsi la bonne intendance de ces ressources, un processus décisionnel efficace ainsi que l'efficience de l'application des politiques et de la prestation des programmes.

Grâce à son engagement permanent à dépenser de façon responsable et à pratiquer une saine gestion financière, l'ONF sera en mesure d'utiliser pleinement ses ressources et la richesse de ses connaissances, de ses talents et de ses compétences, accélérant de la sorte l'atteinte de l'efficience et de l'efficacité organisationnelles et contribuant globalement à l'économie axée sur la création, un important moteur qui assurera la reprise économique du Canada. Grâce à son plan stratégique, l'ONF et ses partenaires seront plus concurrentiels dans l'environnement numérique. Plus il y aura de Canadiens et de Canadiennes qui accéderont à l'art et à la culture bien de chez nous, plus l'activité économique sera en hausse dans ce secteur et à l'échelle du Canada.

Section III : Renseignements supplémentaires

La version électronique de tous les tableaux de renseignements supplémentaires qui figurent dans le Rapport sur les plans et priorités de 2010-2011 sont disponibles dans le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, à l'adresse : http://www.tbs-sct.gc.ca/rpp/2010-2011/info/info-fra.asp.